

2. Антонов А.И. Социология семьи: Учеб. Пособие для вузов/Антонов А.И., Медков В.М.-М.: Изд-во Моск. Ун-та; Изд-во Междунар. ун-та бизнеса и управления (“Братья Карич”), 1996.-С.172

Царева А.В.,  
г. Санкт-Петербург

## ПЕРФОМАНСНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ФОРМА СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

«Культурный перформанс» как категория и как объект изучения становится все популярнее в социальных науках. Само слово «перформанс», будучи заимствованным из английского, в русском языке в первую очередь ассоциируется с перформансом как видом современного искусства. Тем не менее, когда мы активно работаем с зарубежными источниками, не стоит забывать и о буквальном переводе на русский, придающем данному слову многозначность: это не только «выступление», но и «действие». Дополнительную сложность придает и то, что и в англоязычной литературе этот термин принимает различные значения сам по себе. Так, например, Марвин Карлсон упоминает как минимум о трех [3: 3-5]:

- 1) демонстрация умений (например, игра на музыкальном инструменте, танец и т.п.);
- 2) имитирующее поведение (исполнение роли, мысленно отделенной от «себя»-личности – игра актера в театре, шаман, разговаривающий от лица духов предков, жрец, на время ритуала принимающий на себя роль земного аватара бога и т.п.);
- 3) поддержание образца (в тех случаях, когда образец не может быть четко артикулирован – например, перформансное взаимодействие может быть использовано для определения успешности или не успешности при сексе).

Кеннет Бёрк называет такое взаимодействие «драматизмом», Виктор Тернер – «социальной драмой», а Ирвинг Гофман – интерактивным ритуалом. Этим список ученых и концепций, описывающих социальные взаимодействия через аналогию театральности, разумеется, не исчерпывается. Число публикаций на данную тему, в середине XX века представленных немногими фундаментальными трудами, к началу века XIX заметно возрастает, а исследовательские поля для изучения культурного перформанса становятся все разнообразнее.

Чем же обусловлен этот рост интереса? По мнению Ричарда Шехнера, в постмодерне театр и повседневная жизнь смыкаются настолько плотно, что представляют собой «ленту Мебиуса», незаметно для взгляда постороннего наблюдателя переходя друг в друга [7]. Как отмечает Нил Габлер, «после десятилетий хитростей связей с общественностью и назойливой рекламы в медиа ... жизнь действительно стала видом искусства, так что сейчас они неотличимы друг от друга» [4: 74]. Для описания социальных взаимодействий все чаще используются театральные термины (актер, сцена, аудитория), что не только является удобной метафорой – но и непосредственно отражает суть социальной интеракции.

Перформансная коммуникация как форма социального взаимодействия характеризуется прежде всего тем, что через нее акторы индивидуально и/или во взаимодействии показывают для **других** значение их социальной ситуации [2]. Это значение может быть или не быть тем, которого сами акторы субъективно придерживаются. В действительности это то значение, которое участники перформанса как социальные акторы сознательно или неосознанно предлагают **другим**, желая, чтобы в это значение поверили. Таким образом из разыгрывающихся перформансов, как из «кирпичиков», складывается социальная реальность. Сам перформанс при этом рассматривается как центральный компонент построения этой реальности: перформансные выступления-взаимодействия – и есть сама действительность [1]. Р.Шехнер отмечал изменчивую природу перформансной коммуникации:

по его словам, «суть перформанса – это трансформация: поразительная способность человека создавать самого себя, изменяться, становиться – к худшему или к лучшему – тем, чем он обычно не является». Именно эта трансформация (рождение, изменение, создание и т.п.) и оказывается в фокусе изучения перформанса.

Ричард Шехнер выделил семь функций перформанса [8]:

- 1) развлекательная ;
- 2) эстетическая (создание произведения искусства, которое считается красивым само по себе);
- 3) формирование или смена идентичности;
- 4) создание или обучение сообщества;
- 5) оздоровление;
- 6) обучение, убеждение или побуждение;
- 7) контакт со святым и/или демоническим.

Структура перформанса была описана Джеффри Александером [2]. Им были выделены следующие основные элементы:

- 1) фоновые символы и сценарии авансцены, которые должны разделяться участниками перформанса и обычно связаны с социальной и культурной средой, являющейся родной для акторов;
- 2) акторы, участвующие в перформансе, и их аудитория, между которыми происходит культурная передача (и которые могут в зависимости от момента перформанса меняться ролями, переходя из активного актора в наблюдающего зрителя из аудитории, и наоборот);
- 3) мизансцена, включающая в себя как пространство взаимодействия, так и его время – при этом смена обстановки мизансцены может менять содержание перформанса вплоть до противоположных значений.

Перформансная коммуникация имеет свои особенности при изучении. «Скрытые глубинные смыслы», спрятанные за действиями, не включаются в поле внимания исследователя – в фокусе оказывается само поведение

участников социального взаимодействия как четкий и доступный к анализу конструкт, способный пролить свет на мотивы своих создателей. «Перформанс существует только в качестве действий, взаимодействий и связей» [9: 30]

Одно из наиболее ранних описаний социального взаимодействия как перформанса (представления / исполнения) принадлежит Ирвингу Гофману. По Гофману, перформанс – это «деятельность участника данной ситуации общения, которая предназначена для воздействия тем или иным образом на других участников» [6: 26]. Изначально в фокусе внимания оказывается внутренняя структура перформанса. Когда мы рассматриваем взаимодействие в рамках перформанса, то сразу предполагаем, что есть аудитория, «разглядывающая» его действия [5]. Эта концепция обретает в настоящий момент новую жизнь. На социализацию нынешних детей и подростков очевидно влияют модели поведения медийных фигур – вымышленных персонажей телевизионных шоу, освещаемая жизнь селебрити и, разумеется, участников реалити-шоу (вот где идея о самопрезентации и социальном взаимодействии на «сцене», под пристальным вниманием «аудитории», абсолютизирована и возведена в абсолют).

Согласно Ричарду Шехнеру, перформанс может быть найден практически во всех сферах нашей жизни. Сам он называл восемь из них, отмечая то, что они отчасти пересекаются и «даже этот список не исчерпывает все возможное» [9: 31]. В него вошли: повседневные повторяющиеся практики (готовить еду, общаться с другими людьми – все то, что мы считаем «просто жизнью»), развлечения (спорт, искусство и т.п.), бизнес, связанная с техникой деятельность, секс, ритуалы (как сакральные, так и секулярные), а также игра.

Шехнер предлагает считать перформансом то, что воспринимается участниками взаимодействия как перформанс и реализуется как перформанс [9: 38]. Карлсон также считает, что перформанс не зависит от аудитории – аудиторией может быть и *один индивид* [3: 5].

Наибольшее внимание исследователей до сих пор привлекали социально-антропологические изыскания, рассматривающие роль перформансных взаимодействий в сохранившихся традиционных обществах, а также аспект перформансной коммуникации, связанный с формированием общественного мнения, а также манипулированием восприятия определенных событий массами. В фокусе внимания оказываются такие события, как похороны значимых публичных фигур и вступление в должность, новостные сюжеты и рекламные ролики, митинги и демонстрации. Тем не менее, перспективы таких исследований не ограничиваются исключительно социальной антропологией и политическими, рекламными и прочими манипуляциями. Изучая перформансную коммуникацию, на наш взгляд, стоит уделить большее внимание повседневным взаимодействиям, а также современным видам развлечений и искусства, в которых мы можем рассматривать конструирование социальной реальности актерами на протяжении всего цикла их взаимодействий.

#### Литература

1. A student's guide to Performance Studies // [http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic235750.files/Peformance\\_Studies.pdf](http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic235750.files/Peformance_Studies.pdf)
2. Alexander J.C. Cultural Pragmatics: Social Performance between Ritual and Strategy // Sociological Theory, 22(2): 527-573, 2004
3. Carlson, M. Performance: a critical introduction. New York: Routledge, 2004
4. Gabler N. Life The Movie: How Entertainment Conquered Reality. New York: Alfred A. Knopf, 1998
5. Goffman E. Frame analysis: An essay in the organization of experience. New York: Harper and Row, 1974

6. Goffman E. The presentation of self in everyday life. Harmondsworth: Penguin, 1959
7. Schechner R. Between Theater and Anthropology. University of Pennsylvania Press, 1985
8. Schechner R. The Future of Ritual London, Routledge, 1998
9. Schechner, R. Performance Studies: An introduction. London: Routledge, 2006

Челышева И.В.,  
г. Таганрог

## ЧЕЛОВЕК В МИРЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Современная цивилизация, культура, общество, человек - все эти понятия неразрывно связаны с медиакультурой. В произведениях современной медиакультуры отражаются социальные, моральные, культурные процессы, происходящие в обществе. Это отражение проецирует не только происходящие события, но и чувства, мысли, эмоции, переживаемые современным человеком.

Информация, передаваемая по каналам масс-медиа, становится в современных условиях «продуктом» индустрии сознания, но, вместе с этим, далеко не всегда является всесторонней и достоверной. Односторонняя или искаженная информация, несомненно, нуждается в осмыслении. Возникновение глобальной и интерактивной системы коммуникации, широкое проникновение в жизнь человека средств массовой коммуникации и информации порождают новые проблемы, направленные на осмысление взаимоотношения общества с миром медиа.